

ABSTRAK

Pemasaran melalui komunikasi dari mulut ke mulut kini dapat dilakukan melalui *electronic* yakni menjadi *electronic word of mouth*. Salah satu pelaku bisnis lokal yang menggunakan e-WoM ialah brand Somethinc yang melakukannya melalui komunitas Somethinc Town dengan memanfaatkan media TikTok untuk menciptakan *electronic word of mouth* pada produk Somethinc. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pesan yang disampaikan oleh komunitas Somethinc Town menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pengambilan data melalui wawancara dan menggunakan metode triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas Somethinc Town telah menentukan ide pesan yang disampaikan dalam menciptakan e-WoM, checking trend dan honest review dapat memenuhi relevansi dengan kebutuhan yang dihadapi target audiens serta waktu publikasi yang tepat. Dalam penyampaian pesan didukung oleh informasi medis yang akurat, edukasi dan interaksi aktif dengan audiens sehingga memperkuat kredibilitas. Serta penyampaian pesan berulang pada audiens dengan selalu menyantumkan, ciri khas dan hashtag dari produk Somethinc. Secara keseluruhan dalam penyampaian pesan ini dirangkai dengan penyampaian gaya komunikasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip analisis percakapan, teratur dan keterkaitan yang berhubungan dengan audiens agar tercapainya komunikasi yang efektif sesuai dengan preferensi dan kebutuhan target audiens mereka

Kata Kunci: Pesan, *Electronic Word of Mouth*, Komunitas, Somethinc Town.